
明日香食品株式会社
中期事業活動計画
「明日香アクセルプラン2012」

2012年7月
明日香食品株式会社

明日香のこれまでの成長

明日香の過去の成長

- **日本の和菓子市場がここ10年間大きく縮小した。**
- **その一方明日香食品の売上高は順調に成長し、今期においても過去最高の売上高を達成する見込み。**
- **特に2000年にあたらしく関東に進出して設置した東日本事業部の成長が著しい。**

外部環境

- **日本市場は人口減によりさらに縮小する**
- **西日本営業地域となる近畿圏、中四国、中部は特に急速に縮小する**
- **製菓業界の中での競争が激化することが予想される。**

成長市場を見つけ集中して取り組むことが必要

これからの3年の方向性（対応策）

スーパー向け大福・団子・もち菓子に集中する

- ・大手スーパーの成長に合わせて当社の規模を拡大するチャンス。
- ・現在の顧客評価と市場での強みを活かして優位を高める
- ・美味しい生地が強みを活かす

「一人で食べる」シーンに対応する

- ・個包装などの商品群を開発、充実させる
- ・「ホッとした瞬間」「自分へのごほうび」など
ちょっといいものへの需要に対応する

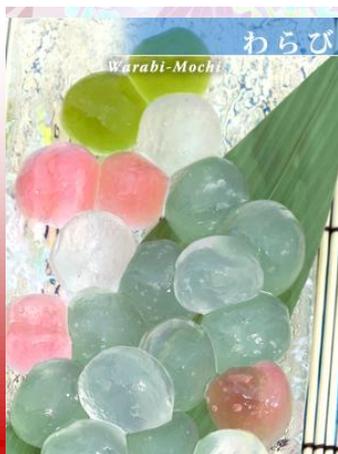
東南アジアの人々に明日香の美味しさを届ける

- ・グループ会社の協力を受けて東南アジアの市場開拓を模索
- ・3年間で事業の立ち上げフェーズを完了する

明日香のミッションと 経営方針

明日香のミッション(使命)

「ちょっと食べる」喜びを毎日世界へ



明日香

基本方針

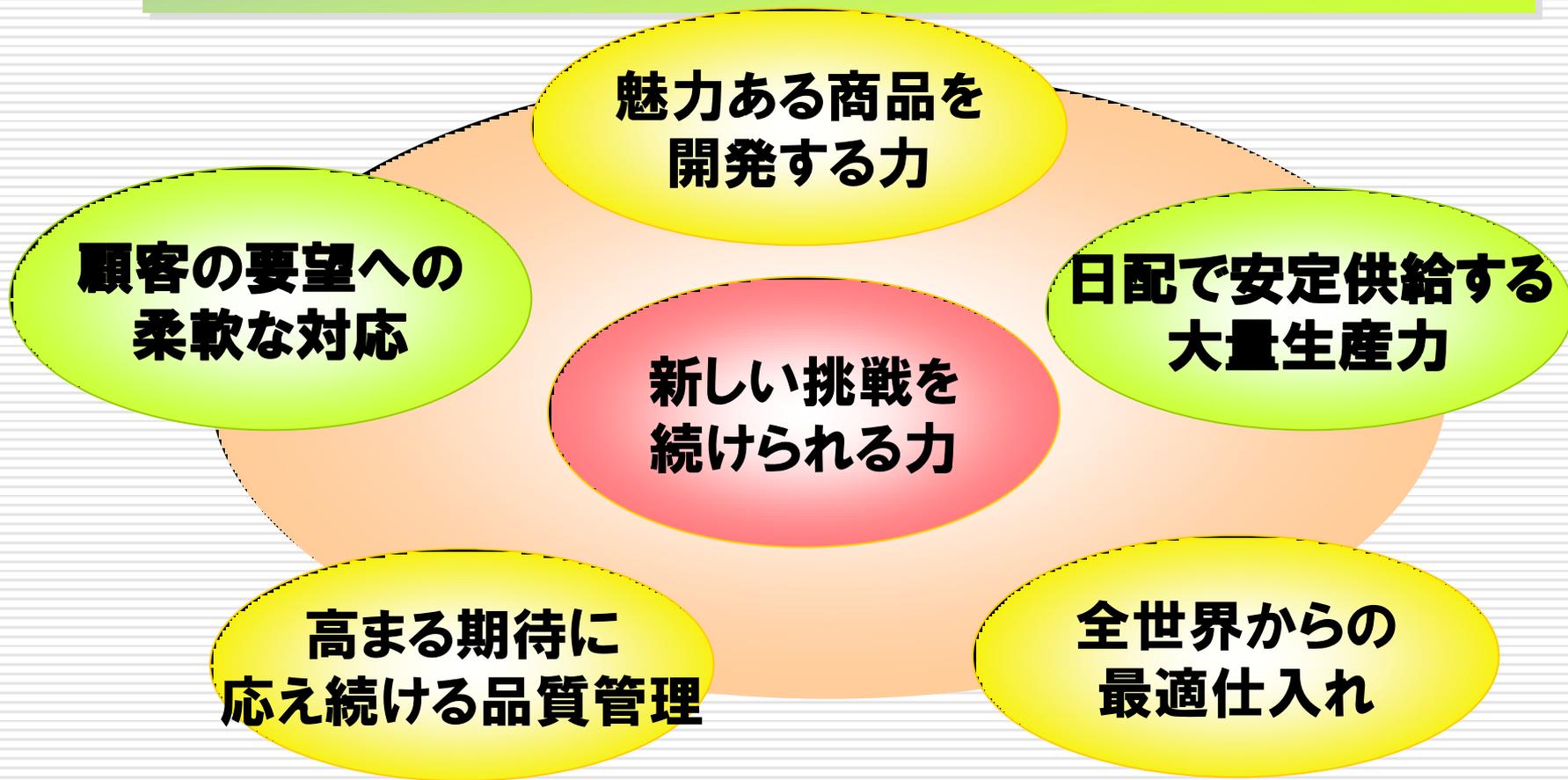
いつものチョイ食べに、
今日のごほうびを加えて、
日本ASEAN事業開拓

世界に毎日「ちょっと食べる幸せ」を届ける



コアコンピタンス<競争力の源泉>

毎日フレッシュな商品をお届けする安定力に、
新しい喜びを上乗せする提案力



この3年間のチャレンジ

1)新市場の開拓:「一人で食べるシーン」に商品を提供する

- ・「ごほうび」「ちょっと良いもの」など付加価値の高い商品で成功する
- ・個包装・少量商品など今後需要拡大する商品群を強化する

2)新市場の開拓:「東南アジアの日常」に商品を提供する

- ・東南アジアの中間層向けの商品を開発する
- ・東南アジアでの製造営業拠点を獲得する
昭和グループとの連携により上記を実現する

3)品質を新たな水準まで引き上げる

- ・各製造拠点の「不良ゼロ」継続
- ・トレーサビリティの向上
- ・工場内衛生環境の向上
=新工場への移転などを通して上記を実現する

4)全世界最適調達

- ・世界中から最も美味しく安全でリーズナブルな原料を調達する
- ・外部からの商品仕入で商品群を拡大して、顧客への提案力を上げる